

в новый этап развития, требующий от журналиста новых технологических и творческих компетенций. Пока нельзя с уверенностью сказать, станет ли такое мультимедийное повествование стандартом отрасли или останется модной технологической игрушкой. В любом случае не исключено, что такой формат подачи материалов, как лонгрид, в будущем возвратит интерес читателей к аналитическим текстам и изменит подход к веб-журналистике.

Литература

1. Белякова, Л.П. Аналитическая журналистика печатной периодики (теория, методика, творческий опыт) / Л.П. Белякова. – Минск: БГУ, 2012. – 167 с.
2. Варганова, Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е.Л. Варганова. – М.: МедиаМир, 2014. – 280 с.
3. Градюшко, А.А. Современная веб-журналистика Беларуси / А.А. Градюшко. – Минск: БГУ, 2013. – 179 с.
4. Земля отчуждения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommer-sant.ru/projects/chernobyl>. – Дата доступа: 25.01.2015.
5. Медиафера Беларуси. Социологический аспект; под общ.ред. В.О. Дашкевича [Электронный ресурс] / Информационно-аналитический центр Администрации Президента РБ. – Минск, 2014. – Режим доступа: http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera_Belarusi.pdf. – Дата доступа: 25.01.2015.
6. Муравьева, О.В. Современная журналистика в условиях конвергенции / О.В. Муравьева // 7th International Scientific Conference «European Applied Sciences: modern approaches in scientific researches»: Papers of the 7th International Scientific Conference. December 16, 2013, Stuttgart, Germany. – P. 13–14.
7. Snow Fall. The Avalanche at Tunnel Creek [Electronic resource] / ed. John Branch. – Mode of access: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall>. – Date of access: 25.01.2015.

Екатерина Гуртовая

Белорусский государственный университет

ФОТОГРАФИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА ПЕРИОДИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ

Как с точки зрения журналистской эффективности, так и с точки зрения маркетинга любое периодическое издание заинтересовано в оригинальном имидже, отсутствии ощущения *de ja vu* как на визуальном, так и на содержательном уровне.

Фотографическая составляющая визуального образа периодического издания представляет собой совокупность фотоизображений, опубликованных во всех выпусках газет или журналов. Различные типы изданий обнаруживают специфическое соотношение различных видов фотографии, среди которых можно выделить следующие:

- произведения в жанрах фотожурналистики (отображение социально значимых событий и фактов);
- авторов текстовых публикаций (эффект персонализации, установление психологического контакта с читателем);
- фотография как часть рекламы (маркетинговая функция);
- фотография-репродукция (прямая репрезентация объекта или части объекта);
- кинокадр (в статичном виде обретает свойства фотографии).

Рассматривая первый вид изображений – произведения, созданные в жанрах фотожурналистики, – необходимо отметить, что на значение и значимость фотоснимка непосредственное влияние оказывает **авторство фотографии**. Автором может выступать штатный фотожурналист, автор текста, читатель. Также снимок может быть взят из информационного агентства, архива, интернета или, к сожалению, публиковаться без подписи.

Одним из основных недостатков современных белорусских периодических изданий, на наш взгляд, является небольшой удельный вес фотографий штатных фотокорреспондентов с выраженным предпочтением снимков информационных агентств, изображения которых активно используются практически во всех изданиях. Такой подход не позволяет изданию проявить свою уникальность, эксклюзивность, которые могут быть успешно подчеркнуты с помощью авторского стиля и видения штатных фотокорреспондентов. Нивелируется своеобразие визуального ряда, фотографически газеты становятся похожими друг на друга.

Еще одна тенденция формирования фотографического содержания современных периодических изданий – использование большого количества фотографий без указания их источника (удельный вес таких изображений в разных изданиях колеблется от 30 до 80 % от общего количества фотографий). Помимо того, что «пиратское» использование фотографий из интернета актуализирует морально-правовые вопросы: нарушение авторских прав, некорректное контекстуальное использование – фотографии из интернета, в особенности при отсутствии должности фоторедактора, далеко не всегда согласуются с общим стилем периодического издания, создают эклектичность, что особенно заметно в региональной прессе.

Современные исследователи пресс-фотографии выделяют три основных критерия, по которым оценивается газетная и журнальная фотография:

- информативность;
- визуальная привлекательность;
- способность вызывать эмпатию.

Журналистская фотография считается наиболее эффективной в том случае, когда она в полной мере отвечает всем трем критериям, менее – двум или одному.

Последний из вышеперечисленных критериев, на наш взгляд, особенно связан с человеческим фактором – с отношением конкретного человека с определенной мировоззренческой позицией (автора снимка) к снимаемой ситуации. Фотографируя, фотожурналист не просто решает локальную журналистскую задачу, но с каждым новым снимком раскрывает, конкретизирует свою картину мира, которая оказывает значительное влияние на аудиторию, в определенном смысле «рождает» ее.

В понимании фотографии продолжительное время господствовала платоновская идея, что это средство визуального выражения направлено преимущественно на отображение, репрезентацию. Современное понимание фотографического процесса иное, оно базируется на том, что каждое действие фотографа: кадрирование, выбор света и точки съемки и т.д. – есть и воплощение формы, и смыслообразующая операция. Здесь уместно вспомнить высказывание немецкого философа Теодора Адорно, приведенное в его книге «Эстетическая теория. (Философия искусства)»: «Форма – это привнесенное содержание». На наш взгляд, создавать изображение – это не только фиксировать объект, но в определенном смысле создавать его, давать ему жизнь, творить реальность.

Фотография, как и любое другое произведение, оценивается не только по достоинствам, непосредственно составляющим его содержание. Играть роль также его автор, поскольку автор – это всегда определенный взгляд и контекст, созданный всеми предыдущими творческими работами. Авторитетный автор свидетельствует о надежности источника, что важно для имиджа изданий, и имеет стратегическое значение в формировании визуального образа периодического издания.

Максим Данилюк, Юрий Шпаковский

Белорусский государственный технологический университет

НОВОСТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ И ИХ ПЕЧАТНЫХ АНАЛОГОВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Еще не так давно наши возможности быстро и в полном объеме узнавать последние новости были, в определенной степени, ограничены: печатная пресса и телевидение доносили до нас лишь часть важной оперативной информации, причем, как правило, с серьезной задержкой во времени.

Современный этап развития общества характеризуется серьезным изменением коммуникативного пространства благодаря расширению влияния средств электронной коммуникации [4]. Электронные СМИ в последние годы стали чрезвычайно востребованными и превосходят по ряду параметров прессу. К минусам печатных изданий можно отнести то, что поиск необходимой информации с их помощью часто является намного менее